

**M201102**

## **Smering voor de nering**

**Zzp'ers als smeermiddel voor innovaties in het MKB**

drs. N.E. de Vries

Zoetermeer, januari 2011



## Smering voor de nering

*Zzp'ers vervullen een belangrijke rol bij innovatie in het MKB. Van de MKB-bedrijven die innoveren met behulp van externe partijen, geeft een op de drie aan dat zij daarbij zzp'ers inschakelen. Daardoor zorgen zzp'ers dat zij een smeermiddel zijn voor innovatieprocessen bij MKB-bedrijven. Het inhuren van zzp'ers bij innovaties is frequenter dan bijvoorbeeld het inschakelen van kennisinstellingen. Bijna een op de zeven MKB-bedrijven die zonder de hulp van zzp'ers innoveren, hebben dat nog wel overwogen. Vaak vinden deze MKB'ers het niet nodig of ook te duur in verhouding tot de omvang van de opdrachten om zzp'ers in te schakelen bij innovatie. Als zzp'ers wel worden ingeschakeld, brengen zij vooral kennis en ervaring in. Verder bestaat de concrete bijdrage voor een belangrijk deel uit de inzet van mankracht en capaciteit. Hoe innovatiever het MKB-bedrijf, hoe vaker kennis en mankracht een rol spelen bij het inschakelen van zzp'ers bij innovatie. Minder innovatieve MKB-bedrijven vragen vaker om middelen en/of zetten ondersteunende werkzaamheden weg bij zzp'ers.*

### 1 Zzp'ers in het innovatieproces

Zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) zijn zeer populair. Bijna dagelijks zijn er in het nieuws berichten te vinden over zzp'ers. De ene keer betreft het hun huisvestingsbehoefte, de andere keer gaat het over het gebrek aan oudedagsvoorzieningen en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. En anders verschijnt er wel iets over de arbeidsmarktpositie of een bericht over de definitie van wat nu eigenlijk een zzp'er is. Deze belangstelling voor zzp'ers is niet geheel onterecht. Hun aandeel in de werkzame beroepsbevolking is over de periode 2000-2009 fors toegenomen van 2,7% naar 4,8%.<sup>1</sup> Op basis hiervan vormen de zzp'ers een belangrijke factor binnen de Nederlandse economie. Volgens de econoom Schumpeter betekent de aanwezigheid van veel ondernemers dat een economie hierdoor innovatiever zou moeten zijn. Zzp'ers kunnen daarbij zelf innovaties realiseren, maar zij kunnen ook innovaties bevorderen door te participeren in vernieuwingsprocessen van andere bedrijven.<sup>2</sup>

#### *Waarom worden zzp'ers ingezet bij innovatieprocessen?*

Ondernemers ontberen vaak de kennis en de middelen om volledig zelfstandig innovaties door te voeren. De complexiteit van innovaties maakt dat een beroep moet worden gedaan op de kennis, de financiering of het advies van

<sup>1</sup> Vroonhof, P., A. Bruins en N. de Vries, *Aantal zzp'ers in de periode 2000-2009*. Zoetermeer: EIM, M201017.

<sup>2</sup> SER, 2010. *Zzp'ers in beeld: een integrale visie op zelfstandigen zonder personeel*. Den Haag: SER-advies 10/4.

externe partijen.<sup>1</sup> Over het inschakelen van zzp'ers bij innovatieprocessen is nog weinig bekend. Zzp'ers zijn vaker dan gemiddeld vanuit een specialisme aan de slag gegaan als zelfstandige. Veel zzp'ers hebben wisselende contacten met meerdere opdrachtgevers, waardoor ze hun specialisme uitvoeren binnen de omgeving van diverse organisaties. Daardoor lopen zzp'ers een grotere kans om in aanraking te komen met nieuwe technologische mogelijkheden dan bijvoorbeeld werknemers. Zzp'ers kunnen hierdoor hun kennis ook sneller verspreiden.<sup>2</sup> Zij fungeren als het ware als smeermiddel voor andere (innoverende) bedrijven. Genoeg redenen dus om zzp'ers in te schakelen. Deze rapportage kijkt in hoeverre de inschakeling van zzp'ers als externe partij bij innovaties plaatsvindt en wat daarbij de bijdrage is van zzp'ers.

#### *Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties*

De resultaten in deze rapportage zijn afkomstig uit de Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties.<sup>3</sup> Het doel van deze monitor is om de bedrijfsvoering van het MKB<sup>4</sup> in kaart te brengen. Hiervoor worden bedrijven geïnterviewd over thema's zoals innovatie, bedrijfsstrategie, marketing, HRM, ondernemerschap en internationalisering. Ongeveer 2.400 bedrijven zijn geïnterviewd. De vragen zijn gesteld in het tweede kwartaal van 2010.

## 2 Inschakelen van zzp'ers bij innovatie

#### *Zzp'ers worden relatief vaak ingeschakeld bij innovatie*

Ongeveer 55% van het MKB heeft in de afgelopen drie jaar product- of procesvernieuwingen gerealiseerd. Van deze innoverende MKB-bedrijven heeft 42% bij de introductie van de nieuwe producten of nieuwe processen andere bedrijven, organisaties of personen ingehuurd voor een bijdrage. De andere bedrijven vormen de belangrijkste groep van ingehuurde externen bij innovatie (77% zoals blijkt uit Figuur 1). Als bedrijven externe partijen inschakelen, betreft dat in een op de drie gevallen een zzp'er<sup>5</sup> en in een op de vier gevallen een kennisinstelling. De categorie overige partijen bestaat grotendeels uit branche- en koepelorganisaties, certificeringinstellingen en stichtingen of verenigingen.

<sup>1</sup> Jong, J. de, W. Bodewes en S. Harkema, 2007. *Winst door innovatie: Hoe ondernemers kansen zien én pakken*. Den Haag: Sdu Uitgevers BV.

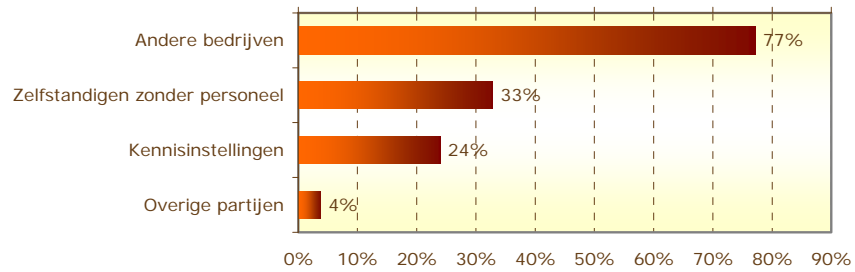
<sup>2</sup> Berden, C., R. Dosker, P. Risseeuw en D. Willebrands, 2010, *Markt en hiërarchie: Kosten en baten van het zzp-schap*. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek (SEO-rapport nr. 2009-72).

<sup>3</sup> Zie voor gedetailleerde informatie over de Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties ook [www.ondernemerschap.nl](http://www.ondernemerschap.nl), tabblad 'data', doorklikken op 'datasets'.

<sup>4</sup> Het MKB is gedefinieerd als bedrijven met 1 tot 100 werknemers.

<sup>5</sup> Er is hierbij geen specifieke definitie van zzp'er voorgelegd.

Figuur 1 Ingehuurde partijen door MKB-bedrijven die vernieuwden met behulp van externen\*



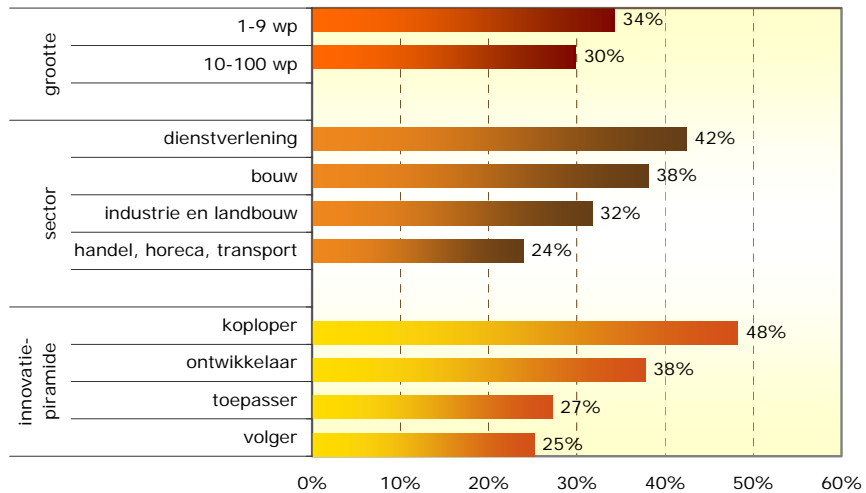
\* Meerdere antwoorden mogelijk (de som kan dus meer dan 100% zijn).

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

#### Inschakeling zzp'ers bij innovatie verschilt per type bedrijf

Niet elk type bedrijf is even vaak geneigd om zzp'ers in te schakelen. In Figuur 2 is te zien hoe het aandeel zzp'ers varieert naar kenmerken van de innoverende MKB-bedrijven. Kleine bedrijven (1-9 werkzame personen) lijken net iets vaker zzp'ers in te schakelen dan het middenbedrijf (10-99 werkzame personen). Bedrijven in de dienstverlening en ook in de bouw zetten vaker zzp'ers in voor het realiseren van vernieuwingen. In deze sectoren zijn naar verhouding ook veel zzp'ers actief, is er een bestaand zzp-netwerk en zijn bedrijven meer gewend om met zzp'ers te werken. Bij de andere sectoren is het aandeel ingehuurde zzp'ers een stuk minder.

Figuur 2 Aandeel van MKB-bedrijven met externe inhuur, dat bij vernieuwingsprocessen zzp'ers inschakelde (naar kenmerk)



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

Een laatste kenmerk is het type innoveerder. Een veelgebruikte indeling om het innovatievermogen van bedrijven aan te duiden, is de innovatiepiramide-

de.<sup>1</sup> Hoe actiever en systematischer MKB-bedrijven bezig zijn met innoveren, hoe vaker een beroep wordt gedaan op zzp'ers (zie Figuur 2). *Koplopers* (48%) en ook *ontwikkelaars* (38%) huren vaker dan gemiddeld een zzp'er in, terwijl *toepassers* en *volgers* hier duidelijk op achterblijven.

#### De innovatiepiramide<sup>1</sup>

De innovatiepiramide onderscheidt de volgende segmenten in het MKB:

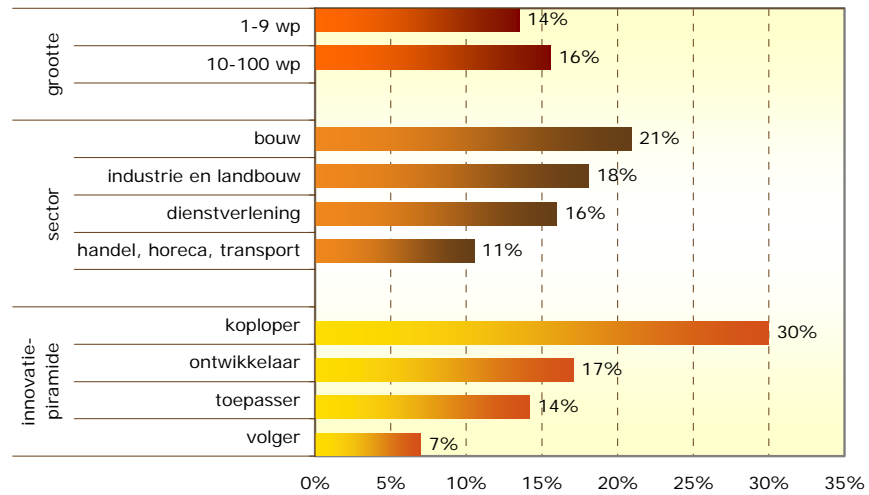
- 1 *Koplopers*: zij ontwikkelen zelf product- of procesinnovaties en doen expliciet en systematisch aan R&D. Gerealiseerde productinnovaties zijn nieuw voor hun markt of bedrijfstak.
- 2 *Ontwikkelaars*: zij ontwikkelen eveneens zelf product- of procesinnovaties. Ze hebben eigen capaciteit voor de ontwikkeling van prototypes, echter zonder dat innovatie expliciet is georganiseerd door middel van R&D.
- 3 *Toepassers*: zij realiseren product- of procesinnovaties waarbij het zowel om eigen ontwikkelingen als om adopties kan gaan. Zij innoveren door het combineren en toepassen van elders beproefde kennis en methoden. Dit komt tot uiting in externe innovatieve samenwerking en/of het gebruik van externe kennisnetwerken.
- 4 *Volgers*: bedrijven met bescheiden doch aanwezige innovatieve activiteiten.
- 5 *Niet-innovatieven*: bedrijven die in de afgelopen drie jaar geen innovaties hebben gerealiseerd, niet aan R&D doen en niet met andere partijen interacteren om te innoveren (in de verdere analyse ontbreekt de categorie niet-innovatieven, omdat die per definitie geen vernieuwingen hebben doorgevoerd en dus ook geen zzp'ers hebben ingeschakeld).

#### *Wel overwogen, maar niet betrokken*

Als MKB-bedrijven wel geïnnoveerd hebben, maar dat zonder de hulp van zzp'ers hebben gedaan, kunnen ze nog wel overwogen hebben om zzp'ers in hun innovatieproces te betrekken. Deze afweging blijkt bij 14% van de MKB-bedrijven te zijn gemaakt en dit verschilt per type bedrijf (zie Figuur 3).

<sup>1</sup> Gibcus, P. en J.P.J. de Jong, 2008. *Innovatiepiramide: Een segmentatie van het MKB*. Zoetermeer: EIM.

Figuur 3 Aandeel MKB-bedrijven dat overwogen heeft om zzp'ers in te huren bij innovatie



\* In de dienstverlening en de bouw vinden we relatief vaker zzp'ers dan in de overige sectoren.

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

Bedrijven in de bouwsector (21%) hebben vaker dan gemiddeld overwogen om zzp'ers in te schakelen. Blijkbaar zijn zzp'ers in deze sector wel een alternatief, maar wegen de voordelen niet altijd op tegen de nadelen. Voor dienstverlenende bedrijven is dat andersom en zijn zzp'ers vaker een reële optie. Zij zijn in deze sector namelijk vaak ingehuurd, terwijl slechts een beperkte groep (16%) van de bedrijven die zonder de hulp van zzp'ers innoveert, dit wel heeft overwogen. In de handel, horeca en transport is betrekkelijk weinig overwogen om een zzp'er in te zetten (11%), maar die zijn in deze sectoren dan ook minder vaak actief. Ook naar type innoveerder blijkt dat de *koplopers* relatief het vaakst hebben overwogen om een zzp'er in te huren, gevolgd door de ontwikkelaars.

#### *Redenen waarom geen zzp'ers zijn ingeschakeld bij innovatie*

De bewuste keuze om niet met een zzp'er in zee te gaan, kan variëren. Over het algemeen kiezen MKB-bedrijven alsnog niet voor zzp'ers, omdat zij het *niet nodig* vinden (zie Figuur 4).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Om een eerste indruk te krijgen zijn de aspecten gepresenteerd in een zogenaamde woordwolk. Deze is met behulp van de online applicatie Wordle opgemaakt (zie [www.wordle.com](http://www.wordle.com)). In deze woordwolk zijn kriskras alle aspecten opgenomen, waarbij de lettergrootte meteen de relatieve frequentie vertegenwoordigt. Twee keer zo vaak genoemd, betekent een twee keer zo groot lettertype.

Figuur 4 Redenen waarom zzp'ers niet zijn ingeschakeld, als dat wel overwogen was

A word cloud where the words are arranged in a roughly rectangular shape. The largest word is 'niet nodig' in dark red. Other prominent words include 'Overig' in orange, 'niet geschikt' in dark red, 'kosten' in orange, 'tijdgebrek' in orange, and 'kennis' in orange. Smaller words include 'liever een bedrijf' in dark red, 'niet te vinden' in dark red, 'betrouwbaar' in dark red, and 'ander bedrijf beter' in dark red.

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

Het gros van de MKB-bedrijven voert uiteindelijk liever op eigen kracht de vernieuwingen uit. De grondslag daarvoor ligt in het feit dat zzp'ers doorgaans dezelfde werkzaamheden aanbieden als werknemers. Het is dan simpelweg *niet nodig* om een (externe) zzp'er in te huren. Ook de *kosten* blijken een te hoge drempel te zijn. De innovatietrajecten zijn soms te kleinschalig om een externe zzp'er te bekostigen. Dit speelt nog eens extra tijdens crisistandigheden. Specifiek voor het innoveren worden zzp'ers dikwijls als *niet geschikt* beschouwd. Voor andere, meer uitvoerende en ondersteunende werkzaamheden wordt hun meerwaarde wel gezien. Tijdgebrek om zich te verdiepen in de meerwaarde van zzp'ers, wordt ongeveer even vaak genoemd als het (ingeschatte) gebrek aan specifieke kennis bij deze groep.

### 3 De bijdrage van zzp'ers aan innovatie

De rol van externe partijen bij vernieuwingsprocessen kan heel divers zijn. De mate van betrokkenheid kan bijvoorbeeld verschillen. Het kunnen losse contacten zijn, maar ook goed geoliede samenwerkingsverbanden met een gezamenlijk belang bij innovatie. Als zodanig kan ook de bijdrage van externe partijen variëren. De Jong et al. (2007)<sup>1</sup> onderscheiden dat externe partijen kunnen dienen als bron voor:

- 1 mankracht,
- 2 kennis,
- 3 fysieke en/of financiële middelen,
- 4 doorverwijzingen en nieuwe contacten.

<sup>1</sup> Jong, J. de, W. Bodewes en S. Harkema, 2007. *Winst door innovatie: Hoe ondernemers kansen zien én pakken*. Den Haag: Sdu Uitgevers BV.

#### *Ad 1) mankracht*

Bedrijven kunnen een behoefte hebben aan extra capaciteit bij innovatie. Dit kan dan door de inschakeling van externen worden opgelost. De extra mankracht kan specifiek op het gebied van de vernieuwende activiteiten zijn, bijvoorbeeld: begeleiding en de uitvoering van vernieuwing. Maar ook door ondersteunende activiteiten zoals het opstellen van procedures, montage of designwerkzaamheden. Als bijkomend voordeel hoeven eigen personeelsleden dan niet onttrokken te worden uit het kernproces van het bedrijf.

#### *Ad 2) kennis*

Niet alleen door capaciteit, maar ook door de inbreng van (specifieke) 'knowhow' kunnen externe partijen een rol vervullen binnen innovatieprocessen. Automatiseringskennis, advies en onderzoek zijn voorbeelden van dergelijke inbreng. Belangrijke partijen voor de levering van kennis zijn bijvoorbeeld kennis- en onderwijsinstellingen, maar ook leveranciers van machines en apparaten kunnen zo'n rol vervullen.

#### *Ad 3) bron van middelen*

Een derde bijdrage van externen kan de levering zijn van fysieke en/of financiële middelen. Daarbij valt te denken aan financiële ondersteuning en huisvesting, maar ook aan apparaten, grondstoffen/halffabricaten of zelfs software.

#### *Ad 4) doorverwijzingen en nieuwe contacten*

De laatste bron waartoe externe partijen toegang kunnen bieden, is de mogelijkheid om nieuwe contacten op te doen. Een doorverwijzing naar partijen die kunnen helpen bij de realisatie van een innovatie, is goud waard. Dit kan via formele, institutionele wegen zoals adviseurs van Syntens en Agentschap NL, maar ook via het informele circuit, de sociale contacten in het netwerk van de externe partij. Deze bron is niet verder uitgewerkt, omdat specifiek is gevraagd naar de inhuur van andere partijen.<sup>1</sup>

#### *Bijdrage van zzp'ers betreft vooral kennis en advies*

Een eerste indruk van de redenen voor inzet van zzp'ers bij innovatie door MKB-bedrijven is geïllustreerd in de woordwolk in Figuur 5. Kennisgerelateerde aspecten zoals **kennis** en *advies* zijn veelgenoemde redenen. Zzp'ers kunnen kennisleverancier zijn omdat zij een bepaalde ervaring aandragen, zeer specifieke kennis hebben of door hun contacten met verschillende opdrachtgevers voor kruisbestuiving kunnen zorgen.

<sup>1</sup> De inzet van het externe netwerk van de ingehuurde partijen is niet meegenomen in dit onderzoek.



Figuur 5 Bijdragen van zzp'ers aan de innovatie bij MKB-bedrijven



Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

Als concrete bijdrage van zzp'ers worden relatief vaak aspecten genoemd die betrekking hebben op **mankracht** en capaciteit. Voorbeelden hiervan zijn uitvoerende werkzaamheden, zoals het *ontwerpen*, het *ontwikkelen* en de *uitvoering* van innovatieprocessen. Maar ook zaken als *ondersteuning*, *bijdrage* en *begeleiding* vallen hieronder. **Middelen** brengen zzp'ers doorgaans in in de vorm van *software* of *websites*. In de categorie *overig* zijn de hele specifieke of aanpalende en ondersteunende werkzaamheden (tekstschrijven, subsidie aanvragen, namen borduren etc.) opgenomen, maar daarnaast ook voor een deel moeilijk te categoriseren antwoorden zoals 'geparticipeerd', 'ecologische producten' en 'techniek'.

*Koplopers en ontwikkelaars huren zzp'ers vooral in voor mankracht en kennis, bij toepassers is dit veel vaker voor middelen*

De bijdrage die zzp'ers leveren per type innoveerder, is weergegeven in Tabel 1. Ieder type innoveerder put andere voordelen uit de inzet van zzp'ers. *Koplopers* huren relatief vaker zzp'ers in voor hun mankracht en in zekere zin ook voor hun kennis. Dit geldt ook voor *ontwikkelaars*, maar die putten relatief gezien nog meer voordeel uit de kennisbijdrage van zzp'ers. Beide type bedrijven schakelen veel minder vaak zzp'ers in voor middelen (zoals software, websites, machines). Hier zijn *toepassers* en in mindere mate ook *volgers* wel meer toe geneigd. Beide typen maken minder gebruik van de capaciteit en kennispositie van zzp'ers, maar dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat de innovaties minder kennisintensief zijn en vaker ad hoc tot stand komen. Vandaar ook dat de overige bijdragen belangrijk zijn voor de groep *volgers*, die de ondersteunende en aanpalende werkzaamheden vaak bij de zzp'ers wegzetten. Deze bijdragen, bijvoorbeeld 'tekstschrijven' en 'subsidies aanvragen', zijn niet altijd voorzien en van tevoren ingepland.

Tabel 1 Bijdrage van zzp'ers naar type innoveerder

<i>Bijdrage</i>	<i>Koploper</i>	<i>Ontwikkelaar</i>	<i>Toepasser</i>	<i>Volger</i>	<i>Totaal</i>
Mankracht	44%	40%	29%	30%	36%
Kennis	36%	48%	34%	21%	37%
Middelen	14%	10%	28%	18%	18%
Overig	12%	8%	17%	41%	16%

Bron: EIM, Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties, 2010.

#### *Bijdrage van andere externe partijen*

Door een vergelijking te maken met de bijdrage van andere extern ingehuurde partijen kan de specifieke bijdrage van zzp'ers beter in een context worden geplaatst. *Kennis* en *advies* komen ook relatief vaak naar voren als bijdragen die door andere bedrijven zijn ingebracht, maar over het algemeen liggen de bijdragen vaker op het materiële vlak. Als andere bedrijven worden ingehuurd, zijn zij dus vaker een bron van middelen zoals: *software*, *producten*, *apparatuur* en *techniek*. Ingeschakelde kennisinstellingen leveren zoals verwacht vooral een kennisgerelateerde bijdrage in het innovatieproces van MKB-bedrijven. Naast *kennis* en *advies* zijn kennisinstellingen ook een bron van *onderzoek* en *informatie*.